

М.І. Ларка, професор НТУ «ХПІ», м. Харків

Є.О. Катков, аспірант НТУ «ХПІ», м. Харків

МАРКЕТИНГ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах розвитку економіки України актуальним стратегічним завданням є розвиток вітчизняного наукоємного виробництва, розробка та освоєння наукомістких та інформаційних технологій для отримання конкурентноспроможного вітчизняного інтелектуального продукту. Проте недосконалість ринку інтелектуальної власності в Україні висуває ряд маркетингових завдань, вирішення яких покликане підвищити прибуток, а як наслідок і конкурентоспроможність промислового підприємства в сучасних умовах ринкових відносин, які стрімко розвиваються.

Специфіка маркетингу об'єктів інтелектуальної власності промислового підприємства полягає у тому, що нововведення можуть виникати на різних стадіях науково-виробничого процесу, а саме: стадії наукових досліджень, дослідно-конструкторських робіт, підготовки виробництва і виробничій стадії тощо. Кожній стадії властиві свої особливості маркетингових дій такі як:

- виявлення, прогнозування і контроль результатів науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, з метою виявлення їх конкурентних переваг;
- проведення постійного моніторингу ринкової кон'юнктури з метою виявлення потреб ринку;
- забезпечення захисту прав інтелектуальної власності;
- робота з безпосереднього просування результатів інтелектуальної діяльності на різних ринках та різним споживачам.

Як правило, лєвова частка нововведєнь припадає на долю промислових підприємств і саме тому ефективне використання результатів науково-технічної діяльності стає одним із основних завдань, які стоять перед ними і вирішення яких дозволить їм досягти значних успіхів в своїй виробничо-господарській діяльності.

Найбільш складними та актуальними на практиці є проблеми формування ринкових відносин комерційного використання об'єктів інтелектуальної власності (комерціалізації інтелектуальної власності), від ступеня успішного вирішення яких залежить можливість досягнення кінцевих позитивних результатів інвестиційної та інноваційної діяльності. Для вирішення цих проблем необхідно проаналізувати ряд питань, а саме:

1. Чи є в наявності у підприємства достатні виробничі потужності для самостійного впровадження розробки у виробництво?
2. Чи необхідно залучення до науково-дослідного процесу інших підприємств з подальшим спільним впровадженням розробки у виробництво?

3. Чи необхідна дана розробка безпосередньо підприємству або реалізація її на ринку призведе до більшого ефекту?

4. Чи викличе нова розробка бажання в інших учасників ринку придбати її для подальшого впровадження у себе на виробництві?

5. Чи зможе підприємство здійснювати продаж технологій поряд із продажем своєї основної продукції?

Відповіді на дані питання допоможуть підприємству у виборі напрямку діяльності, яка є пов'язаною з комерційною реалізацією об'єктів інтелектуальної власності.

Формування ринку об'єктів інтелектуальної власності є однією з основних умов успішності виробничо-господарської діяльності промислових підприємств в Україні. Ринок об'єктів інтелектуальної власності характеризується наявністю значної кількості продавців, однак лише якість і високий рівень науково-технічної продукції, її специфічність і приналежність до перспективних напрямків розвитку техніки і технології надають промисловому підприємству монопольну конкурентну перевагу, що в свою чергу, дає можливість в короткостроковому періоді отримати надприбутки від продажу найбільш перспективних розробок .